

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis pada saat ini berkembang dengan pesat dan ketat. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung pada bidang yang sama dan sejenis. Apalagi jika perusahaan tersebut bergerak pada bidang jasa atau pelayanan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memiliki atau memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada para pelanggan, sehingga akan muncul kepuasan dalam benak pelanggan dan diharapkan akan membawa dampak positif bagi perusahaan yaitu terciptanya loyalitas pelanggan (Mulyanto, 2011)

Pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua bisnis yang ada, tetapi kebanyakan perusahaan tidak menyadarinya. Pelanggan yang loyal secara teratur dan berulang-ulang melakukan pembelian terhadap produk maupun jasa. Tidak hanya melakukan pembelian berulang, pelanggan yang loyal juga akan bersedia memberikan respon yang positif bagi perusahaan (Hasan, 2008). Adapun pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan adalah dapat mengurangi biaya operasional perusahaan dan menambah pendapatan perusahaan yang bermanfaat untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa depan (Griffin, 2003).

Perusahaan memiliki tujuan akhir yang diinginkan di masa yang akan datang adalah dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin ketat seperti saat ini. Salah satu keuntungan strategi bagi perusahaan tentang pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan adalah imbalan dari loyalitas yang bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang pelanggan, maka semakin besar laba yang diperoleh perusahaan dari seorang pelanggan. Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang (Griffin, 2005)

Pelanggan yang loyal secara umum dapat dinilai berdasarkan lamanya pelanggan dalam menggunakan jasa yang berulang serta pelanggan berkomitmen untuk setia tidak menggunakan jasa lain yang sejenis dan bersedia mereferensikan atau merekomendasikan kepada orang lain. Dalam hal ini pelanggan hanya menggunakan jasa perusahaan yang selama ini dia gunakan (Tjiptono, 2008).

Perusahaan senantiasa memelihara dan memperhatikan konsumen demi mempertahankan pelanggan agar memiliki tingkat loyalitas yang tinggi dan tidak berpaling ke perusahaan yang lain. Dari perspektif perusahaan, membangun loyalitas pelanggan tidak bisa dicapai dengan mudah, apalagi dalam waktu yang singkat. Perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan dari sudut pandang pelanggan untuk mendapatkan loyalitas karena pelanggan yang memberikan loyalitasnya merupakan aset berharga dan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan (Hasan, 2008).

Kepuasan pelanggan dapat dilihat melalui perasaan senang atau kecewa setelah membandingkan antara harapan dan kinerja atau ekspektasi jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Jika kinerja yang ditawarkan berada di atas harapan, maka pelanggan telah menunjukkan kepuasannya terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Ketika pelanggan memberikan respon puas terhadap suatu jasa yang diterima, pelanggan akan bersedia melakukan pembelian kembali dimasa mendatang dan memberikan loyalitasnya kepada perusahaan (Kotler & Keller, 2007).

Perusahaan tidak dapat membentuk atau menciptakan loyalitas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan tanpa adanya kualitas jasa yang baik dan kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan, (Tjiptono, 2004). Lebih lanjut dikatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dinilai baik atau positif apabila tingkat pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dapat menumbuhkan rasa puas yang mampu membentuk loyalitas pelanggan. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan lebih buruk dari apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dinilai buruk atau negatif. Sehingga jika pelayanan yang diberikan tidak berkualitas atau buruk maka akan merugikan perusahaan dari segi keuangan ataupun berkurangnya keuntungan perusahaan dikarenakan konsumen enggan untuk menggunakan jasa dari perusahaan tersebut (Tjiptono, 2012).

Salah satu contoh industri atau bidang kerja yang menyangkut hal-hal yang berhubungan dengan masalah pelayanan yaitu perusahaan travel. Perusahaan travel adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan transportasi, akomodasi dan lain-lain. Jumlah penggunaan jasa pelayanan dalam era globalisasi dan zaman yang semakin modern ini terus mengalami peningkatan. Salah satunya adalah perusahaan travel yang pada saat ini sangat diminati oleh masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa yang membutuhkan efisiensi waktu dalam mencapai tempat tertentu, akan dibutuhkan lebih banyak keahlian pemasaran (Gifani, 2015).

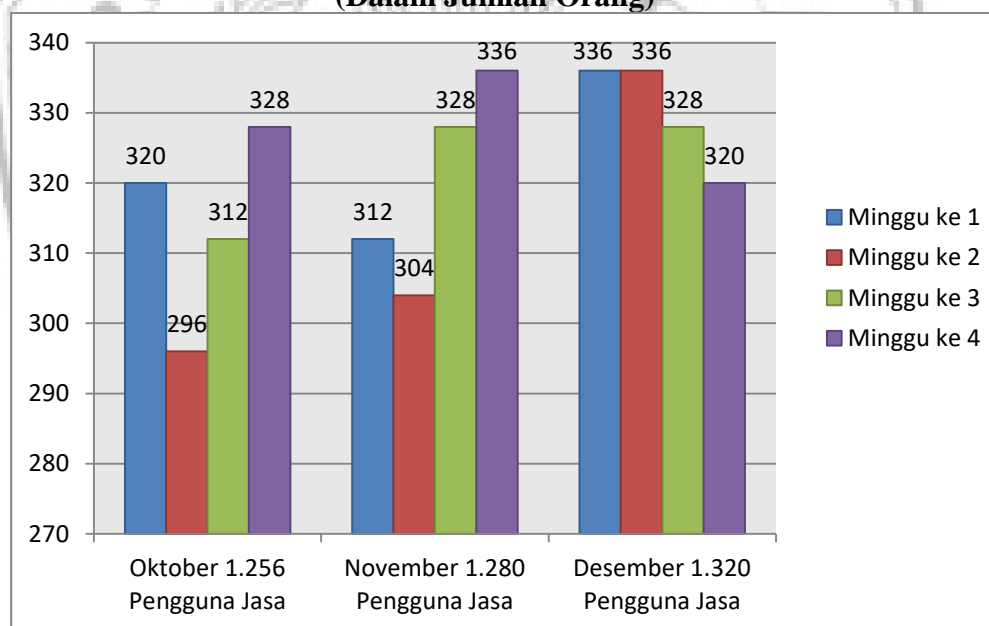
Melihat hal tersebut, Buana Travel yang berlokasi di Jl. Panglima Sudirman No. 68 Tulungagung merupakan salah satu perusahaan travel yang beroperasi di Tulungagung – Malang dan sebaliknya ini adalah salah satu perusahaan jasa transportasi umum yang mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan bagi pelanggan atau pengguna jasa transportasi Buana Travel. Selain itu, Buana Travel juga mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap penggunaan perusahaan travel tersebut.

Terhitung dalam beberapa bulan terakhir terjadi peningkatan jumlah pengguna jasa transportasi Travel Buana, terutama pada saat Bulan November dan Desember. Dimana pada bulan tersebut permintaan pengguna jasa transportasi Travel Buana mencapai batas maksimal yang mayoritas dipenuhi oleh mahasiswa dan mahasiswi yang akan melakukan transportasi mudik atau pulang kampung dari Malang ke Tulungagung. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan penggunaan jasa transportasi Travel Buana yang didapatkan oleh peneliti melalui

pihak manajemen Travel Buana pada Bulan Oktober, November dan Desember 2016. Pada Bulan Oktober terhitung 1.256 pengguna jasa transportasi Travel Buana, Bulan November terhitung 1.280 pelanggan dan Bulan Desember terhitung 1.320 pelanggan.

Untuk data yang lebih rinci dan jelas mengenai jumlah penggunaan jasa Transportasi Travel Buana (dalam mingguan selama tiga bulan) di Travel Buana dari bulan Oktober-Desember 2016 dapat dilihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut.

**Gambar 1.1**  
**Data Penggunaan Jasa Transportasi Travel Buana Bulan Oktober,**  
**November, Desember**  
**Tahun 2016**  
**(Dalam Jumlah Orang)**



Sumber : Buana Travel Tulungagung

Berdasarkan data di atas bahwa pelanggan jasa transportasi Travel Buana mengalami peningkatan dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Pengguna jasa transportasi Buana Travel tersebut didominasi oleh pelanggan yang menggunakan jasa transportasi Buana Travel lebih dari dua kali dalam kurun waktu 1 bulan.

Pelanggan yang loyal selalu menggunakan jasa transportasi travel dalam melakukan perjalanan luar kota juga pengiriman paket atau barang, Buana Travel dipilih sebagai objek perusahaan jasa transportasi masyarakat yang memiliki kualitas pelayanan terbaik. Hal tersebut didukung dengan memiliki karyawan dan sopir yang ramah, berseragam rapi, tidak ugal-ugalan, mengutamakan keselamatan penumpang travel dan memiliki armada travel yang nyaman serta aman.

Berdasarkan hal-hal diatas, loyalitas pelanggan merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk terus berkembang. Loyalitas pelanggan adalah komitmen kuat dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang produk atau jasa secara konsistensi di masa yang akan datang. Melalui kualitas pelayanan yang baik dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan sehingga mampu menciptakan loyalitas bagi pelanggan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Travel” (Studi pada pelanggan Buana Travel Tulungagung).**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Buana Travel?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Buana Travel?
- 3) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Buana Travel?

- 4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Buana Travel?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

- 1) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Buana Travel.
- 2) Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Buana Travel.
- 3) Untuk menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Buana Travel.
- 4) Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Buana Travel.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Perusahaan Buana Travel

Dapat memberikan alternatif strategi bagi Perusahaan Buana Travel dalam memberikan kualitas pelayanan terbaik kepada konsumen demi menumbuhkan kepuasan pelanggan guna terciptanya loyalitas pelanggan.

Serta memberikan alternative kepada Perusahaan Buana Travel agar mengetahui bagaimana upaya yang harus dilakukan dalam menghadapi persaingan dan mencapai tujuan perusahaan. Dengan melakukan pelayanan

yang tepat dan baik maka perusahaan akan mendapat loyalitas tingkat tinggi dari konsumen, sehingga konsumen akan selalu memilih Buana Travel sebagai sarana transportasi.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil laporan penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan suatu manfaat tambahan wacana informasi juga referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas.

